

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi *offline* terhadap keputusan pembelian di perumahan Kemang Eminence Bogor maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kemang Eminence Bogor, dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas bangunan, desain, dan fasilitas umum yang ditawarkan oleh pengembang maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk membeli rumah. Hal ini berarti kualitas produk menjadi faktor penting yang harus terus ditingkatkan untuk mendorong keputusan pembelian rumah di Perumahan Kemang Eminence Bogor.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi *offline* terhadap keputusan pembelian di Kemang Eminence Bogor, dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa Aktivitas promosi seperti pameran, brosur, open house, dan kegiatan tatap muka dinilai mampu menarik perhatian konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen mampu meningkatkan keyakinan konsumen serta mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Artinya promosi *offline* menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka upaya dalam meningkatkan keputusan pembelian di perumahan Kemang Eminence Bogor beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Perusahaan

Dalam penelitian ini, diharapkan Kemang Eminence agar lebih transparan dan meyakinkan dalam menyampaikan informasi mengenai spesifikasi material, kualitas konstruksi, serta keunggulan jangka panjang dari bangunan yang ditawarkan. Dalam hal ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen serta meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas produk, khususnya pada aspek keawetan yang merupakan pertimbangan penting dalam keputusan pembelian rumah.

Selain memperhatikan kualitas produk, Kemang Eminence diharapkan juga dapat meningkatkan promosi disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap bentuk dan efektivitas program promosi yang dijalankan, dengan mempertimbangkan inovasi dalam bentuk penawaran khusus, fleksibilitas skema pembayaran, atau benefit tambahan yang benar-benar relevan dan bernilai bagi konsumen, dan tingkatkan kualitas materi promosi sehingga dapat meningkatkan persepsi dan minat pembelian secara lebih efektif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Demi keberlangsungan kemajuan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti pada penelitian ini seperti

citra merek, harga, citra merek, harga, *marketing gallery*, pelayanan dan lain sebagainya. Agar memperoleh hasil yang lebih bervariatif yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.